

Zielgruppenstimmen zur Kommunikation

Eine gute Kommunikation hilft der gastlichen Kirche. Der wertschätzende, zugewandte Blick muss spürbar werden – in Sprache, Haltung und Gestaltung. Entscheidend ist ein Perspektivenwechsel: Kirche soll sich so zeigen, dass die Menschen sie im Sinne des Evangeliums lesen und verstehen können. Die Stimmen zeigen: Die Präsenz der Kirche in der Öffentlichkeit wird von vielen geschätzt und gewünscht.

Allgemein zur Kommunikation

Stimmen mit wohlwollendem Kirchenbezug

«Den Leuten sagen, was Kirche tut, sichtbar machen, was sie tut.» Frau, 34

«Zurückhaltend, aber informierend. Kirche als Angebot, aber nicht als MUSS.» Mann, 40

«Sie kommuniziert und man hört, was sie macht.» Mann, 43

«Besser auf Anlässe und Feste hinweisen, bekannter machen. Viele Leute im Dorf, die kein Kirchenblatt lesen, wissen gar nichts von den Anlässen. Mit grossen, bunten Plakaten werben, auffallen.» Frau, 45

«Soziales Engagement müsste besser vermittelt werden.» Frau, 49

Stimmen mit distanzierterem Kirchenbezug

Die Kirche «könnte auch irgendwie öffentlich mehr präsent sein.» Mann, 21

«Das verstaubte Image sollte abgestreift werden und der Veränderung der Gesellschaft sollte bei kirchlichen Anlässen Rechnung getragen werden.» Mann, 42

Zur Frage nach dem Beitrag der Kirche für die Gesellschaft: «Kommunikation auf sämtlichen Ebenen.» Mann, 66, distanziert

Stimmen zu Medien und Kanälen

ü11

«Minis basteln Karten als Werbung.» Mädchen, 11, nah

«Instagram oder Plakate in Bussen.» Junge, 12

«Instagram, kleine Plakate.» Junge Frau, 13, nah

«Facebook, Instagram, Snapchat, WhatsApp (Status), Twitter usw., weil junge Leute vor allem mobile Plattformen benutzen.» Junge Frau, 13, ablehnend

«Information durch Eltern oder Schule.» Junge, 12

«Tag der offenen Tür, Parkfest, Lager, Grillfest.» Junge Frau, 13

«Egal, ich komme eh nicht.» Junger Mann, 14, distanziert

«WhatsApp oder Email. Nicht zu langweilig.» Junge Frau, 14, nah

«Werbung!!! Flyer, Plakate, Internet, Facebook.» Junger Mann, 14

ü16

«Social Medias (Facebook, Instagram, Twitter), Flyer und Plakate. Werbung vor Ort. Flotte Sprache und Style.» Mann, 17, distanziert

«Die Möglichkeit, die tollen Räume «nutzen zu können: setzt Wissen voraus, dass es sie gibt.» Frau, 18, nah

«a) Homepage (eher weniger Facebook, Twitter etc.): übersichtlich, aktuell, funktionierende Links b) Offen, unaufdringlich, nicht zu Kirchen-, bzw. Konfessionsexklusiv, keine Bedingungen formulieren! c) Inhalte auf Homepage: Anregendes (Zitate, Sprüche...); Grundlagen des Glaubens d. Kirche, Hintergrundinformationen, auch gute Links.» Frau, 18, nah

Erwachsene

«Andere Flyer (farbiger).» Frau, 37, distanziert

«Für mich ist der Papier-Post-Briefkasten mit eye-catching-flyer (! leider teuer) halt immer noch wirkungsvoller, weil ich persönlich angestupft werde. Hinweis in Pfarrblatt auch gut. Immer Homepage-Adresse angeben für weiterführende Infos ... Layout originell – aber nicht kostspielig.» Frau, 37, distanziert

«Elektronik (Web, Homepage ...) funktioniert meist erst nach einem Anstoss auf andere Weise (Flyer, Poster, mündliche Werbung). Dann aber auch neue Medien nutzen, z.B. multimedial Räume ansehen, Aktivitäten vorstellen.» Frau, 41, wohlwollend

«Möchte nicht suchen müssen z.B. in einem kirchl. Blatt. Es braucht flächendeckende Info.» Frau, 42, wohlwollend

«Liestal aktuell, muss aber top gestaltet sein.» Frau, 50, wohlwollend

«Kantonale Öffentlichkeitsarbeit.» Mann, 54, distanziert

«Mund zu Mund Propaganda ist immer am besten. Ansonsten: Werbung bei der Kirche, Printmedien, Homepage. Sprache und Stil sollten frisch sein und etwas Frohes ausstrahlen.» Mann, 54, wohlwollend

«Post, Plakate, farbenfröhlich.» Frau, 56, wohlwollend

«Es müsste m.E. deutlich mehr Werbung gemacht werden, ohne dass natürlich zu hohe Kosten entstehen. Papier und persönliche Info sind für uns besser als Internet. Pfiffige kleine Illustration ist besser als nur Text. Wir gehen ins Internet, wenn wir dann über etwas Bestimmtes mehr wissen wollen. Deutsch ist gut für uns, wir sprechen auch Mundart.» Frau, 56, wohlwollend

«Mehrere Sprachen.» Frau, 57, distanziert

«Einfache, schlichte Gestaltung der Kirchenzeitung (ohne sektiererische Gestaltung und leserliche Schrift).» Mann, 57, wohlwollend

Eltern

«Junge Eltern sogar persönlich einladen.» Frau, 32, wohlwollend

«Ansprache/Information für junge Mütter wäre besser per Mail!» Frau, 40, wohlwollend

Fremdsprachige

«Ich hatte bisher zu wenig Kenntnisse, was Bruder Klaus anbietet. [...] Ich spreche auch Spanisch und mein Mann Italienisch. Doch der Jurtensommer und jetzt das Interview wecken mein/unser Interesse [...] Wir sind eben nicht so Internet orientiert, Flyer und mündliche Infos wären uns wichtig. Wir werden uns nun selber auch vermehrt um Information bemühen. Die Prospekte liegen in der Kirche auf, also muss man dort vorbei, wenn man anderswo den GD besucht.» Frau, 56, wohlwollend

Übersicht Medien

Printmedien, per Post oder als Aushang

Öffentlich: Zeitungen, Anzeiger, Kirchenzettel, Gemeindeinfo

Redaktionelle Beiträge, Reportagen, Artikel, Interviews

Kircheneigene: Kirchenzeitung

Massgeschneidert: Plakat, Flyer (Monatsflyer, Zielgruppenflyer), Postkarte, Flugblatt, Broschüre

TV, Radio: redaktionelle Beiträge, Reportagen, Interviews, Werbespots

Digitale Medien: Internet, Homepage, Mail, Natel, Apps; Newsletter; Nutzung der Social Media Plattformen (Whatsapp, Instagram, Snapchat, Twitter, Youtube, ...); Produktion eigener Videos

Nutzung öffentlicher Orte: Bus, Hotspots, Läden: Plakate oder verteilen (Papieriges, Gipfeli u.a.),

Mehrere Info-Kanäle gleichzeitig

Kooperation mit anderen Anbietenden, indem man zum Beispiel die kircheneigene Pinnwand zu Verfügung stellt

Blickfang, Plakat, Banner, Fahnen, Schaukasten vor Ort

Eine Kirchgemeinde mit ihren Liegenschaften besitzt in der Regel viele *Werbeflächen*:

Eingangsbereich, Vorplätze, Wände, Schaukasten, offene Flächen. Diese kann man als Eye-Catcher nutzen für einprägsame Botschaften und aktuelle Informationen und um Interesse zu wecken.

Plakate, grosser Schriftzug beim Eingang, farbige Fahnen, eine Blache am Kirchturm oder an der Strasse, ein farbig beleuchteter Kirchturm, Kunstobjekte,